

NOTA DE PRENSA

Informe 'El viaje del comprador en España' – datos Comunitat Valenciana

Solo el 13,2% de los valencianos menores de 35 años ha conseguido comprar una vivienda

- Culmia presenta un nuevo informe en el que pulsa la opinión y analiza la experiencia del comprador de vivienda en la Comunitat Valenciana desde el momento de la búsqueda hasta la firma de la propiedad.
- Las personas de 36 a 45 años son los que lideran las adquisiciones de viviendas, el 69,4%. Los más jóvenes muestran menor interés en la búsqueda para comprar una vivienda, aunque un 35,4% reconoce haber buscado y no comprado.
- Para cerca de 1 de cada 2 personas, la falta de opciones en su rango de precios y de ahorros necesarios se encuentran entre las principales dificultades en sus procesos de búsqueda de vivienda.
- La búsqueda de vivienda en la Comunitat se basa principalmente en viviendas en propiedad, sin existir distinción entre la búsqueda de viviendas de nueva construcción (37,4%) y viviendas de segunda mano (37,4%). Del mismo modo los valencianos muestran el mismo interés, el 44%, por adquirir un piso que una casa.
- De manera general, el presupuesto se establece entre los 100-200 mil euros (47,3%). Asimismo, el 38,9% pasarían a un presupuesto por debajo de esa cantidad. Y un 11% destinaría hasta 400 mil euros.
- Los científicos son el perfil más deseado de vecino para los valencianos. Sólo un 1% quisieran vivir cerca de un torero o un personaje de la prensa rosa.

24 de agosto 2022.– La pandemia y el efecto del confinamiento han modificado las prioridades del comprador de vivienda en la Comunitat Valenciana en todas las fases del proceso, desde el inicio de la búsqueda hasta el cierre final de la compra. Así lo demuestran las conclusiones del informe 'El viaje del comprador en España' a cargo de Culmia. Elaborado por la firma demoscópica Sigma2, ofrece una radiografía actual del perfil del demandante de vivienda en nuestro país y en sus comunidades autónomas.

NOTA DE PRENSA

El informe revela que casi un 40% de los valencianos reconoce estar planteándose en la actualidad un cambio de vivienda y en el que, en líneas generales, prioriza espacios más grandes, disponibilidad de terraza o jardín o incluso la posibilidad de disfrutar de una zona más tranquila.

Esta búsqueda de espacios más amplios responde principalmente al perfil medio del actual comprador de vivienda que en su mayoría, un 63%, cuenta con 3 o más integrantes en el hogar, seguido de las parejas, el 29%. Por el contrario, sólo un 9% de las personas que actualmente se encuentra en proceso de búsqueda viven solas.

Según los datos del informe, el 66% de los encuestados reconoce haber realizado alguna vez una búsqueda para adquirir vivienda y de ellos el 55,5% terminó adquiriéndola. En general son las personas mayores de 35 años quienes realizan más compras de viviendas, liderados por el grupo de 36 a 45 años, 69,4%. Los más jóvenes muestran menor interés en la búsqueda de la adquisición de viviendas, un 35,4% reconoce haber buscado y no comprado, y sólo un 13,2% consiguió comprar una vivienda.

En su mayoría, las personas que están buscando una nueva vivienda cuentan ya con una residencia propia. Más de la mitad, 53%, viven en propiedad y sólo un 23% se encuentra buscando mientras reside en la vivienda familiar. Destaca en este punto el 24,3% de personas que viven actualmente en régimen de alquiler y que buscan un activo en propiedad, en línea con la actual tendencia del mercado residencial.

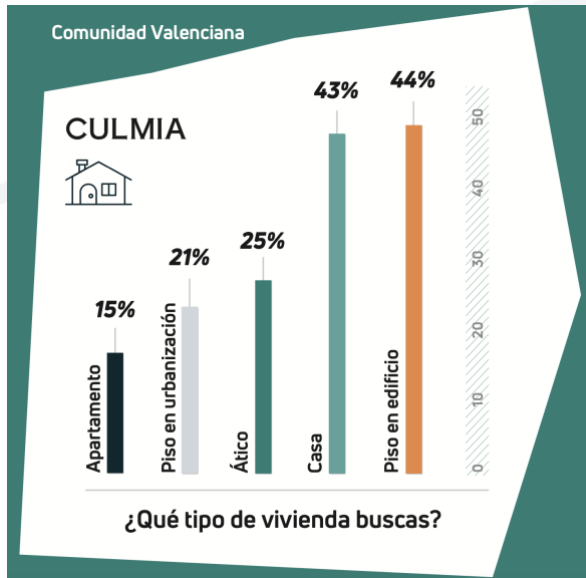
¿Qué vivienda demandan los valencianos?

La búsqueda de vivienda en la Comunitat Valenciana se basa principalmente en viviendas en propiedad, sin embargo, dentro de esta categoría no existe distinción entre la búsqueda de viviendas de nueva construcción (37,4%) y viviendas de segunda mano (37,4%).

Por grupo de edad, puede observarse como mayores de 65 años se decantan en mayor medida por las nuevas construcciones en régimen de propiedad, al igual que el grupo de 46-64 años, aunque empatando prácticamente con la 2ª mano en propiedad.

El piso y la casa son las opciones más demandadas, con un 44% cada una, seguidas del ático, 25%, el piso en urbanización, 21% y el apartamento 15%. Y entre sus preferencias prevalecen los espacios amplios donde las 3 habitaciones son las más solicitadas, por el 58%, seguidas de 4 o más con un 21%, y de la opción de dos habitaciones, con un 18%

NOTA DE PRENSA



Principales motivos del cambio de vivienda

La pandemia ha modificado las prioridades del perfil tipo del comprador y junto con las viviendas más espaciaosas se valora ahora otros aspectos más allá del propio interior. Entre los principales motivos que han empujado a los valencianos a iniciar la búsqueda de una vivienda, el 29% reconoce la posibilidad de contar con terraza o jardín como el principal y el 21% asegura que busca cambiar de vivienda para disfrutar de una zona más tranquila. La falta de espacio, 14%, la posibilidad de disponer de una vivienda de obra nueva, 12%, y el cambio de lugar de residencia, 13%, son los otros motivos de búsqueda.

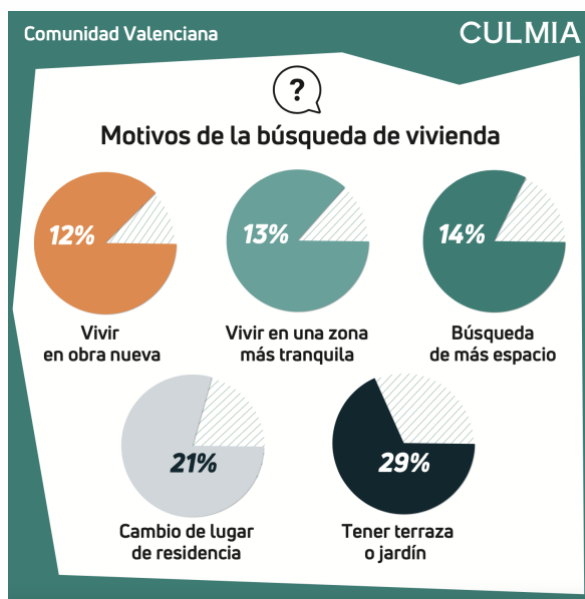
Sobre la localización, los potenciales compradores se muestran pocos proclives a la movilidad geográfica o los cambios que supongan grandes distancias. El 40% asegura que busca una vivienda en la misma ciudad e incluso el mismo barrio donde viven actualmente, un 23% busca algo en la misma ciudad, pero más lejos del centro y un 16% buscan algo más céntrico. En menor medida, un 14% amplía el rango y busca en otra ciudad en la misma comunidad autónoma, un 10% en la misma área metropolitana más lejos del centro y un 9% misma área metropolitana pero más céntrica y un 5% busca cambiarse de ciudad en otra región.

El impacto de la pandemia y el cambio de necesidades también se ve reflejado entre los aspectos que más se valoran a la hora de decidir la compra de una

NOTA DE PRENSA

vivienda. Además del precio y la localización, los valencianos sitúan como tercera opción fundamental la posibilidad de contar con zonas comunes, seguida de la necesidad de disponer de una vivienda de mayor tamaño. La disponibilidad

de aparcamiento y unos vecinos adecuados son los otros dos grandes factores de decisión.



Proceso de búsqueda: más digitalización y apoyo de familia y amigos

Los valencianos son dados a dejarse aconsejar y acompañar por las personas que consideran más cercanas. Un 62% reconocen que son los familiares y amigos de los que más valoran un consejo para tomar la decisión y un 45% asegura que valora más un consejo de algún profesional del sector.

Sobre los métodos más utilizados para iniciar la búsqueda de vivienda están los canales digitales y en concreto los más especializados en el sector inmobiliario ganan cada vez más terreno. Un 62% asegura que realiza estas búsquedas a través de portales inmobiliarios, el 31% hace uso del buscador Google para encontrar opciones y un 31% visita la web de los propios promotores para analizar su oferta y/o consulta a un agente inmobiliario. Llama la atención el 27% que realiza la consulta directa a amistades para hacer su búsqueda. Por último, canales como redes sociales y publicidad exterior lo utilizan el 14% y 8% respectivamente.

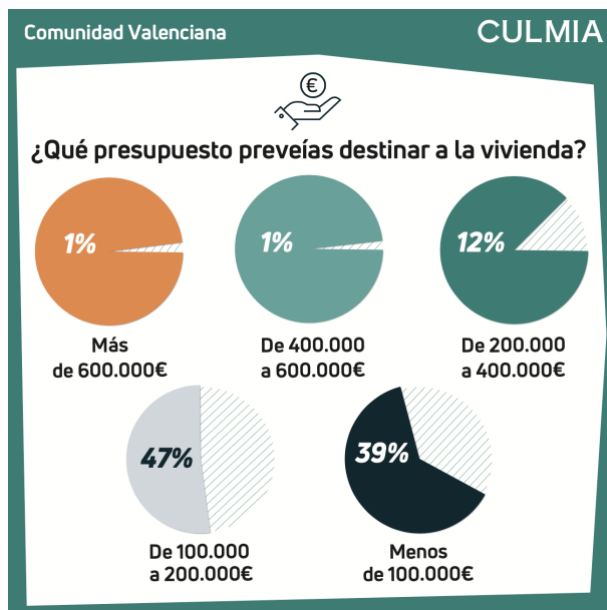
NOTA DE PRENSA

Con respecto al asesoramiento y acompañamiento, el papel que juegan las promotoras en todo el viaje de compra es valorado por los valencianos como fundamental. Los aspectos mejor considerados en relación con las promotoras tienen que ver con el conocimiento del producto, 32% y el asesoramiento en materia de financiación, 24%.

Celeridad en el proceso de compra y presupuesto

El tiempo de búsqueda de vivienda se encuentra generalmente entre 1 y 12 meses, siendo la opción entre 3 y 6 meses la más frecuentada y siendo el grupo más joven el que más tiempo dedica a la búsqueda.

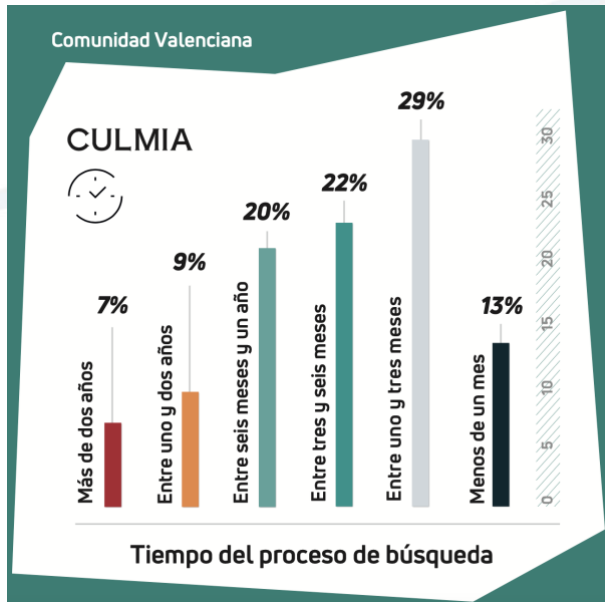
Y las principales dificultades por las que pasaron en sus procesos de búsqueda fueron, para cerca de 1 de cada 2, la falta de opciones en su rango de precios y la falta de ahorros necesarios. Los mayores de 46 destacan la falta de productos en las zonas que les interesaban.



De manera general, el presupuesto se establece entre los 100-200 mil euros, para el 47% de los encuestados y para el 39% este estaría por debajo de esas cifras. Así, el 12% cuenta con un presupuesto de hasta 400.000€ y sólo un 1% se encuentra por encima de esta cifra.

Además, para el 53% de las personas que compraron una vivienda su presupuesto se ajustó y no apreciaron desviación, un 22% sí que afirma que la compra fue un 10-20% más cara y para el 14% fue hasta un 20% más costosa

NOTA DE PRENSA



¿Qué hacen los valencianos al llegar a casa? ¿Cuál sería su vecino preferido?

El informe también refleja algunos datos curiosos con relación al comportamiento de los valencianos en casa, muchos de ellos relacionados con la nueva normalidad una vez concluida la pandemia. De hecho, el 33% de los encuestados asegura que lo primero que hace al llegar a casa es quitarse los zapatos. Dejar las llaves 26% y saludar a la familia 22% son la segunda y tercera opción respectivamente.

Sobre las preferencias de los españoles a la hora de elegir vecino, el 22% desearía que fuera un científico. Los toreros, con un 1% y los personajes de la prensa rosa, el 2%, son las preferencias que ocupan las últimas posiciones.

Sobre Culmia

Culmia es una de las principales promotoras de España cuyo plan estratégico cuenta con tres ejes de negocio: vivienda de compraventa, *build to rent* y vivienda asequible. Desde 2013 ha entregado más de 6.200 viviendas y a cierre del primer trimestre del 2022 la promotora dispone de más de 70 promociones con cerca de 6.000 viviendas en fase activa.

Cuenta con una cartera en comercialización que comprende más de 40 promociones y cerca de 2.500 viviendas repartidas por Cataluña, Madrid, Levante y Andalucía. En el segmento *build to rent*, Culmia está desarrollando alrededor de 850 viviendas y cuenta con proyectos para añadir otras 2.000. Y en vivienda asequible destaca la adjudicación de un lote del Plan Vive de la Comunidad de Madrid de 12 promociones y 1.763 viviendas.

Su equipo de más de 150 profesionales, sólido, experimentado y repartido por 10 oficinas en toda España, desarrolla viviendas preparadas para responder a la evolución de las necesidades de sus clientes. La promotora ofrece a sus clientes hogares que van más allá de la vivienda, acompañándolos en todo el proceso de compra, el viaje con destino a su hogar.

La compañía basa su propuesta de valor en una gestión innovadora y una capacidad de desarrollo integral, desde la búsqueda de suelo a la construcción de promociones flexibles y adaptables y que cumplen además con los más altos estándares de eficiencia energética y sostenibilidad.

Para más información, www.culmia.com

Sigue a Culmia en:



Contacto para medios de comunicación

Ginés Cañabate
Roman
g.canabate@romanrm.com
+34 649 214 47

Patricia González
Roman
p.gonzalez@romanrm.com
+34 602 251 600